

Fédération Européenne des Parfumeurs Détaillants

Organisation déclarée conformément aux dispositions ministérielles
Siege Social: Paris



Europäische Kommission
Generaldirektion Wettbewerb
Antitrust and Mergers Policy and Scrutiny
Rue Joseph II
1000 Bruxelles
Belgien

☰ Secrétariat de la Présidence

Via Milano 14/16
22070 Figliaro
Italien
Tel.: 00 39 / 31 / 94 24 57
Fax: 00 39 / 31 / 94 04 85
eMail: prof.malinverno@tiscali.it

☰ Secrétariat Général

An der Engelsburg 1
D-45657 Recklinghausen
Tel.: 00 49 / 23 61 / 92 48-0
Fax: 00 49 / 23 61 / 92 48-88
eMail: info@ParfuemerieVerband.de

23.09.2009/ Ke-Sch

D55921 - HT.1171 - Öffentliche Konsultation zur Verordnung über die Anwendung von Artikel 81 Absatz 3 EG-Vertrag auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen. Entwurf der Kommission vom 28.07.2009

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem Entwurf zur Erneuerung der Gruppenfreistellungsverordnung vom 28.07.2009 hat die Europäische Kommission ein ausgewogenes und konsistentes Papier vorgelegt. Es folgt der Regelung 2790/1999 nach, die sich grundsätzlich bewährt hat. Entsprechend wird der Tenor des vorliegenden Dokuments von uns ausdrücklich begrüßt.

Die Fédération Européenne des Parfumeurs Détaillants (FEPD) als europäischer Dachverband des Parfümeriefacheinzelhandels in Europa sieht sich, wie seinerzeit bei den Einzelfreistellungen und der jetzt gültigen Gruppenfreistellungsverordnung, in der Verantwortung, für den europäischen Parfümeriehandel Stellung zu nehmen.

Der selektive Vertrieb von Kosmetik- und Parfümerieprodukten wird auf breiter Ebene angewendet, was für den Verbraucher einerseits und den Parfümeriehandel sowie die von ihm angebotenen Marken andererseits von existenzieller Bedeutung ist. Es sind vor allem die qualitativen Kriterien, die die Grundlage für Leistungen und Werte schaffen, die von den europäischen Verbrauchern als Mehrwert gefordert werden. Für die Marken bietet das Vertriebssystem die Möglichkeit, die Produkte mit einem hohen Image- und Servicewert zu verbinden.

Aus unserer Sicht haben sich in den vergangenen Jahren allerdings auch Praktiken gezeigt, die geeignet sind, als missbräuchlich betrachtet zu werden. Der Parfümeriehandel hat von den Marken immer wieder eine eindeutige und diskriminierungsfreie Definition und einheitliche Anwendung der dem Vertriebssystem zugrunde liegenden Kriterien gefordert.

In diesem Zusammenhang werden die in Ziff. 171 (S. 57) des Entwurfs deutlich herausgestellten Voraussetzungen für den selektiven Vertrieb aus Gründen der Rechtsklarheit ausdrücklich begrüßt.

Besonders kritisch werden von uns, wie mehrfach betont, die quantitativen Kriterien Mindestumsatz und Mindestsortiment gesehen. In der Praxis werden diese häufig dazu genutzt, insbesondere auf die KMU des Handels Druck auszuüben.

Die Regelungen des vorliegenden Entwurfs erlauben den Herstellern einen bestimmten Umsatz (in Wert oder Volumen) festsetzen, der im stationären Handel zu erbringen ist. Dieser kann von jedem Hersteller individuell festgesetzt werden [§52 und Fußnote 29].

Die Situation wird zusätzlich dadurch verschärft, dass die bisher in der täglichen Praxis angewendete Begrenzung der Höhe der Mindestumsätze wie z.B. 40% des Durchschnittsumsatzes laut Einzelfreistellungsentscheidungen der Kommission zu den Verträgen YSL und Givenchy aus den Jahren 1990/91 oder Europäischer Gerichtshof 1. Instanz: Grundsatzentscheidung 1996, in dem vorliegenden Entwurf keine Anwendung finden.

Um jedoch eine Benachteiligung insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen durch überzogene Mindestumsatzforderungen der Hersteller zu vermeiden, wäre eine Regelung wünschenswert, die bei der Höhe möglicher Mindestumsätze die wirtschaftlichen Möglichkeiten der Marktteilnehmer berücksichtigt.

Darüber hinaus stellt die bisherige Handhabung der Mindestumsätze eine Behinderung des Binnenmarktgedankens da, da dem Mindestumsatz nur im Innland getätigte Umsätze mit den jeweiligen nationalen Vertriebsniederlassungen zugerechnet werden. Sollte sich die Kommission nicht entscheiden können die Festsetzung eines Mindestumsatzes grundsätzlich zu untersagen wäre eine Regelung notwendig, die die wirtschaftlichen Möglichkeiten der Teilnehmer bei der Festlegung der Mindestumsätze berücksichtigt. Darüber hinaus müsste gewährleistet sein, dass alle innerhalb der EU im System getätigten Einkäufe des Händlers bei der Berechnung des relevanten Mindestumsatzes berücksichtigt werden.

Ähnliches gilt für das quantitative Kriterium des Mindestsortiments. Hinsichtlich der Feststellung der zu führenden Referenzen werden die Sortimente herstellerseitig laufend ausgedehnt und erweitert. Auch hier ist der erzeugte Druck für viele KMU existenzgefährdend. Daher sollte der Fortbestand dieses quantitativen Kriteriums in Frage gestellt, oder an den individuellen wirtschaftlichen Möglichkeiten der jeweiligen Verkaufsstelle orientiert werden.

Die in Ihrem Entwurf formulierten Regelungen zum Internetverkauf werden von uns ausdrücklich begrüßt.

Die im Entwurf der Kommission [§54] vorgesehene Möglichkeit den Internet-Verkauf vom Vorhandensein eines stationären Geschäftes abhängig zu machen (click and mortar), entspricht den Anforderungen eines offenen, zukunftsfähigen, selektiven Vertriebssystems. Nur so können gleiche Bedingungen für alle Marktteilnehmer und ein einheitliches Serviceniveau für den Verbraucher garantiert werden.

Auch die in § 57 und Fußnote 31 definierten identischen Kriterien für das Online- wie Offlinegeschäft und deren Orientierung an gleichen Zielen und vergleichbaren Ergebnissen erscheinen als sinnvoll und plausibel.

Die Einführung einer Marktanteilsschwelle für Händler und die neueingeführten Beschränkungen für Kooperationen erscheinen uns als schwer nachvollziehbar und sachlich nicht angemessen. Wir sprechen uns daher für eine Streichung der entsprechenden Unterpunkte aus.

Sollten die vorgeschlagene Marktanteilsschwelle jedoch auch weiterhin Bestand haben, sollte im Sinne der Rechtsklarheit, auf die von der Rechtsprechung entwickelten Schwellenwerte zurückgegriffen werden [EuGH 13.02.1979 – Rs. 85/76; EuGH 05.10.1988 – Rs. 247/86; EuG 17.12.2003 Rs. T219799].

Die in 1a: Ziff. 29 der Leitlinien (S. 14) definierten Einschränkungen für Kooperationen, wenn eines ihrer Mitglieder über 50 Mio. € Umsatz erzielt erweisen sich in der Praxis aufgrund der Unterschiedlichkeit und Größe der betroffenen Branchen als nicht praktikabel. Sollte eine entsprechende Beschränkung erhalten bleiben, schlagen wir vor im Sinne der Rechtsklarheit auf das Konzept der o.g. prozentualen Marktanteilsschwellen zurück zu greifen.

Für weitere Informationen oder eventuelle Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen
Fédération Européenne
des Parfumeurs Détaillants



Andrea Malinverno
Präsident



Elmar Keldenich
Direktor